攻坚克难 恒安集团向湖北儿童捐赠纸尿裤

在疫情期间,仅仅是湖北省妇幼保健院40天就有2207个新生儿降生。日均分娩量77人,最多的一天有108个新生儿来到这个世界。这些与疫情同时到来的孩子们,面临了新生儿物资的紧缺,和被感染的风险。

“爸爸,这个可不可以给湖北的小朋友?”1月底的某天,许清池陪儿子玩耍时,儿子突然向他抬起小手,紧紧攥着最爱的小机器人玩具。许清池不知道儿子的小心思是什么时候萌发的,他猜想,每天电视里滚动播出的新闻,戴着口罩在街上匆匆行走的大人,让7岁的孩子也注意到了外面正在发生的疫情。

许清池决定,要为湖北的孩子们做点什么。作为恒安国际集团有限公司分管运营的副总裁,他决定发动旗下婴幼儿品牌”安儿乐”捐赠纸尿裤给湖北宝宝。他想,这是一个国产品牌在此刻应有的担当。

恰逢春节假期,物流、生产线、沟通渠道都停滞了。发动全国经销商,只锁住了少量库存,顾不了那么多,许清池先派人把现有的物资往湖北运送。还得想办法,紧急复工生产是眼下唯一的选择。

1月30日,安儿乐位于福建晋江安海镇的纸尿裤工厂开工了。生产公司的总经理庄鸿义有些担忧,这一天,复工率只有20%。

人,是面临的第一个难题。安儿乐生产公司60%员工来自福建省外,贵川渝豫尤其多。按往年状况,公司考虑外省员工回家一趟不容易,会放满15天假期,让大家元宵过后再返回。今年为了加紧捐赠,公司通知正月初六省内员工先返工。但省内路途也不好走,到处封村封镇,不少员工接到通知后花了5天时间才到达厂区。

庄鸿义皮肤黝黑,标准国字脸。他闽南腔很重,掌握了福建人发音hf不分的精髓,每句话结束还会拖出个颇有力度的尾音”吼”。他初五就回到工厂,复工从搬货开始。1月29日,距离复工还不到24小时,安儿乐的捐赠已经开始。库房里500箱纸尿裤将要运往湖北。疫情期间找不到专业物流公司,庄鸿义就组织起几个留守厂房的值班人员自己搬货。那天的场景,回忆起来有些”狼狈不堪”。大门保安都被拉来了,一群男孩女孩跟着他满厂区跑,找液压车,找平板车,拽着电梯门,几个人把成箱的纸尿裤拖着、推着、扯着弄进电梯。有人在仓库二楼朝楼下喊,有人在接货的底楼往上望,蚂蚁搬家似的,一点一点地挪。庄鸿义一直担心,晚一分钟,也许这批纸尿裤就没办法准时上路。11个人,500箱货物,他们忙到暮色降临。

恒安国际集团有限公司分管运营副总裁许清池

开始生产时,庄鸿义和工人们面临了远远超出了预想的困难。

无纺布是纸尿裤制造最重要的原材料。特殊时期,大部分无纺布被征用去做了口罩,剩余的能够提供给工厂的无纺布因为物流延缓原因,难以准时达到。同时,无纺布的价格还在不断翻倍上涨,重重困境造成了一场”原料危机”,但许清池告诉生产公司,要”不计成本”地生产下去,”一切为了宝宝”。

他们找到了一种费力但有效的办法:频繁换号。纸尿裤有尺码,从小码到大码,对应的原材料规格也不一样。大码生产线上的原材料可以替换成中码和小码的,中码纸尿裤没有材料时,就让大码的生产线切换成中码进行生产。为了能够给宝宝们提供更全尺码的纸尿裤,平衡每一款纸尿裤的数量,产品规格不同的生产线也需要进行换号。

换号的艰难,线长郑佳龙最清楚。1995年出生的他管理着4个操作工、1个设备作业员、1个设备技术员,以及7个包装工人。他时刻盯着每一台机器的生产状态,一点脏污和滴胶,他都会迅速地去清理,尺寸上的偏差他肉眼就能识别出来。每一次换号,都需要花费8个小时以上。全线机器停机、检测、调试。为了防止出错,要把原本的原材料、包装箱退出车间,清空车间,再进行新一批的材料进场、领料,每一个弧形刀零件也要更换、检测。因为返工问题,这段时间,一条生产线上的工人都是临时搭配,中间的磨合让换号变得更加困难。8小时,是所有人的速度极限,但同时,8个小时,一条生产线就可以生产1000件纸尿裤。换号代表着巨大产能的损耗、人员的浪费以及工人们指标考核的影响。仅仅2月份,全厂总共换号32次,被迫流失了32000件纸尿裤。

包装则是让人头疼的最后一关。物流原因导致大量包装袋送不过来,加上厂里包装组的员工大多来自省外,还在复工路上,导致包装组跟不上前方生产线上源源不断的纸尿裤。

在漫长的协调中,生产公司摸索出”最好的节奏”。原本8小时三班倒的制度,调成了12小时两班倒,利用有限的员工填满所有的生产时间,让产能最大化。星期天的夜晚则全部停工,让机器保养修复,也让工人得以放松。

那是疫情最紧张的一段时间,周边大部分工厂还没有开工,街边原本有热闹的小吃叫卖,这时空空荡荡。安儿乐的工人们忙碌整整一周,终于在周日的晚上能守在宿舍,看看新闻,玩玩手机。他们知道,自己正在为抗击疫情做出贡献。

辽宁昌图保障校园就餐安全

本报讯(记者**孟祥山 □ 尹 爽**)学校食品安全关系学生的身心健康和社会稳定,为切实做好校园疫情防控工作,扎实有序推进学校开学复课,辽宁省昌图县市场监督管理局向全县80所中小学派驻食品安全监管员,指导学校做好校园食品安全及食堂管理等工作。近日,该局副局长巩金华主持召开全体工作人员会议,细化任务、明确分工,并选派专业人员对进驻校园的食品安全监管员进行专业细致的培训。该局食品安全监管员在会议结束后第一时间与学校对接,协同公安、卫健部门共同组成疫情防控合力,利用专业技能,参与学校疫情防控相关工作。巩金华副局长强调:“每位食品安全监管员应该扎实做好学校疫情防控工作,在疫情期间要驻守中小学校园,对复课的校园食堂进行全覆盖督导检查,并对校园周边食品安全进行不定期抽查,全力呵护广大师生健康,织密全县校园食品安全防护网。”

安徽肥东首个社区调整合并完成

本报讯(记者 **许永军 □ 陶袁王月红**)安徽肥东全县村(社区)调整合并工作部署会议召开以后,该县响导乡党委、政府严格按照县委、县政府的部署要求,宣传动员、周密部署、严把程序、统筹推进。4月20日,响导乡贫困村宋盛村、赵集社区经村民会议票决,以高达75%的同意票顺利调整合并为赵亮社区,赵亮社区也是该县村(社区)调整合并工作中表决出来的第一个新社区。

响导乡包保干部管理,确保调研指导到位。部署动员早,确保村情摸底到位。响导乡通过召开座谈会、书记约谈、个别走访等方式,对要进行村(社区)调整合并工作的村两委干部思想状况进行调查摸排,调动工作积极性,制定针对性的调整方案,保障调整合并工作的顺利进行。

充分调动新时代文明实践志愿者通过广播、悬挂横幅、张贴村(社区)调整合并方案公告,做到家喻户晓,营造良好氛围。对出现问题的村(社区),及早介入、及时解决。加强与纪委、派出所等部门沟通协调,做好信访对接工作,来电必答、来信必复。建立乡领导联系包保制度,各工作组对各项措施按职责分工落实到位,及时发现、解决问题。通过严明各项纪律,确保思想不散、秩序不乱、工作不断。

赵亮社区调整合并的顺利完成,为响导乡进行村(社区)调整合并的另四个村提供了很好的借鉴经验,促进村(社区)调整合并工作的早日圆满完成。

超威集团上榜浙江省创造力百强企业

位列第13位 行业排名第一

4月21日,以企业持有的有效发明专利为主要指标,浙江首次发布创造力企业百强.超威集团凭借卓越的科技创新能力和丰硕的创新成果成功上榜,位列创造力百强榜单第13位,继续领跑行业。

近年来,超威集团坚持科技创新,充分发挥技术优势、人才优势,引进融合国际一流技术、一流产品、一流人才,迅速实现产业化,抢占发展制高点,全力推动产品升级、技术升级和产业升级。据不完全统计,目前超威集团已获得国家授权专利2100项,其中发明专利593项,国外发明专利112项,并取得目前电池行业唯一的中国专利金奖等奖项。

据悉,浙江省创造力百强企业榜单以企业持有的有效发明专利为主要指标。入榜的100家企业共拥有发明专利21572件,占浙江省企业全部有效发明专利的18.6%,引领着该省企业、产业的创新创造。

二十余年的发展过程中,超威集团始终贯彻科技创新理念,持续加大科技创新投入。近年来,公司积极“走出去”和“引进来”,以开放包容的姿态,面向全球招募高端人才,多渠道人才引进和结构优化,充分发挥技术人才优势,形成了一支“能打胜仗”的技术创新团队,令公司的创新成果不断涌现。

“云游”黑山 2020年长虹电视5G+8K全球发布会举办

4月22日晚,长虹以“Let's 8K”为主题,举行了2020年长虹电视5G+8K全球发布会。这也是今年中国家电业首场跨国直播发布会。长虹电视这次“云发布”,在天猫、京东、苏宁等多个平台同步直播。

在发布会上,长虹推出5G+8K闪电侠、110"探索者、Mini绘图师、Q7ART艺术家、D8K大魔王等5款8K电视新品,并与欧洲黑山进行连线直播,千万名网友在线“云游”黑山著名景点。直播期间,得知黑山面临疫情困扰,长虹公司董事长赵勇宣布:公司将向黑山捐赠口罩等防疫物资。

体验跨国直播 “云游”黑山

黑山,塔拉河峡谷大桥前,一场穿越国境的直播正在进行中。在主持人的指引下,直播观众们“云游”了这座全长366米,在二战期间被炸毁,后于1946年重新建筑并保留至今的“世界遗产”。

“耳听为虚,眼见为实”,视觉是人类五官中最为重要的感官,如何为人类的一双眼睛服务,已成为当今科技产业,尤其是显示产业深入思考的课题之一。手机、PC、TV,屏幕是人们获取信息的重要渠道。作为“三屏”产业中的最大屏,TV产业正不断以交互为主导,整合影视、娱乐、教育、消费等多产业元素,引领用户视听体验。

从最初的CRT,到此前的液晶、OLED、激光显示等,长虹始终围绕着满足人类视听体验升级技术开发产品。随着5G技术的成熟普及,家庭显示屏制造方向愈发清晰:“更大、更快、更清晰”。8K电视拥有7680*4320的超高分辨率,在高速低延迟的5G技术支持下,观众通过“云游”体验,可将千里之外塔拉河峡谷自然美景与科托尔古城等雄伟景观尽收眼底。

据了解,天猫、京东、苏宁、拼多多、虹创有品、一直播等多个平台同步直播本次活动。同时,黑山国家通讯社、黑山国家广播电视台等10家黑山媒体,在发布会前聚焦本次跨国直播。

驰援防疫物资 友谊长虹

新型冠状病毒肺炎正改变着人们的生活习惯。长虹通过“5G+8K”科技新品联动黑山旅游,为观众带来极致的画质与视听体验。

在业内人士看来,这场广受关注跨国直播连线背后,折射出用户对视听体验的新追求。未来,随着5G商用,云旅游、云游戏、云购物、云教育、云视听等多种体验模式,或将为中国科技与显示产业带来更多机会。

实际上,线上“云游”模式对于长虹来非首次。疫情以来,长虹先后直播揭秘亚洲首条5G数字产线、与三星堆携手直播“云游”博物馆等。本次跨国“云游”黑山塔拉河峡谷,是对“5G+8K”电视新品的最好视听诠释。

直播期间,长虹公司董事长赵勇得知目前黑山面临疫情困扰,同时考虑到中国遭受疫情肆虐时黑山对四川的援助,当即决定向黑山捐赠5万口罩以及一些防护用品。赵勇表示,全球抗疫是每一个人的责任,一直以来,长虹都在努力为中国乃至全球抗疫尽一份力。同时,还会去发动川内各大企业一起帮助黑山度过难关。

疫情爆发至今,长虹控股公司累计采购500多万个口罩,10万多个一次性手套、护目镜、防护服等医疗物资,用于防疫一线;捐赠价值307万的医用冰箱、雾化器等高端医疗设备;捐赠58万件在线教学器材及学习物资;直接将50吨水果、蔬菜和肉等第八批物资分发给武汉百步亭社区万户家庭。同时,随着海外疫情加剧,长虹及时将口罩等防疫物资送到意大利、巴基斯坦等国的经销商、供应商等,携手共渡难关。

(成 红)

丰台市场监管局之窗

丰台区市场监管局
引导非公经济助力复工复产

丰台区市场监管局立足部门职能,积极引导非公经济党组织发挥自身优势,推动疫情防控,助力复工复产。丰台区市场监管局以丰台区私营个体经济协会及协会党委名义发出倡议书,号召广大会员履行社会责任,为战胜疫情做出贡献;与邮储银行合作,为会员发放贷款,帮助企业渡过难关;联合区税务局、区投促中心等部门召开企业调研会,协调解决复工复产难题。在丰台区大成双盈党支部建立以一名党员负责三个商户的“一带三”模式,将防控责任落实到摊位、落实到人。在丰台区冠京隆党支部设置党员先锋岗,落实防疫工作不丢一户,不落一人,支部主动慰问湖北籍商户,叮嘱商户隔离期间服从社区安排,共抗疫情。疫情爆发后,太阳宫供电站立即封闭,路路通保洁服务有限公司党支部党员胡素琴带领两名员工,承担起整个供电站保洁工作。没有替班、没有轮休、没有怨言,有的是一名党员的责任和担当。 (张楚凝)

稳固复工复产 尽快复苏白酒市场

西凤酒十五年六年陈酿以『零压力』策略逆势前行

本报讯(记者 **樊春勤 □ 李华**)“疫情”的肆虐,我国白酒行业受到了极大影响。为了稳固复工复产,以尽快复苏白酒市场,西凤酒15年6年陈酿品牌、陕西禧福祥品牌运营有限公司董事长王延安重推举措,取消全年任务考核+3000万额外市场投入,深受广大合作盟友欢迎。

战“疫”没有结束,一场与时间赛跑、与时势赛跑的对决悄然开启。陕西禧福祥品牌运营有限公司根据今年白酒市场情况,及时调整营销战略,重磅辅商惠商,尽最大力量为合作盟友排忧解难,鼓励大家全力恢复经营。据悉,该公司决定让合作盟友自行调节销售任务目标,取消年度任务考核,并拿出3000万元,对全省合作盟友实行“现金激励”政策支持,在广告传播、终端维护以及盟友支持等方面加大费用支出,这一支出甚至高于往年同期。同时,各经营网点终端陈列费不减,继续开展好有关答谢活动,赠送有价值礼品,开展一系列管理层带队慰问与走访的措施,让陕酒市场恢复活力,也为整个行业提供了良好的市场氛围和消费环境。

陕西禧福祥公司这一重大举措,在白酒行业里是一个先行典范,对于广大合作盟友来说,使他们没有经营压力,并且巨大利好。特别是在当前复工复产的特殊时期,此项扶持政策真是雪中送炭。该企业颇具社会担当,心系合作盟友,在逆势中传递市场正能量,迎难而上,投巨资振兴市场,为市场注入了活力,为合作盟友增添了信心。同时,还大手笔推出“双倍底薪”政策,解除当前疫情影响下,市场困顿期销售人员的后顾之忧。

陕西禧福祥公司有着与广大合作盟友站在一起的决心与毅力,同心同力共渡难关。在疫情期间,公司实行的是“双层拜访”,省内市场、西安市场的主管领导进行了全省市场走访活动,边瑞涛总经理代表王延安董事长将慰问与关心进行传达,安抚慰问合作盟友。其中赠送合作盟友的特别礼物更是体现了厚重的情感,包括公司为合作盟友精心准备的苹果礼盒,以及西凤酒15年6年品牌旅行保温壶套装、定制口罩等。

除了情感慰问,西凤酒15年6年品牌还快速拿出一套直达终端的扶持政策,能够协助合作盟友应对“后疫情期”的行业环境,做到先于竞争对手完成市场响应。而主动降低自己的年利润目标,解除年度任务让合作盟友在零压力状态下经营,并提供一系列现金扶持计划,更是极具魄力的大手笔。

西凤酒15年6年陈酿汉中合作盟友谢全玉表示:“越是困难时期越要逆势进击,通过增加市场投入和广告传播,提升品牌认知度,为下半年乃至明年的市场销售打下坚实基础,陕西禧福祥公司这套打法不仅提振终端信心,更让我们在行动上有了动力!”据了解,目前,该企业品牌市场迎来了快速复苏迹象。3月份以来,52度西凤酒15年6年陈酿(新版)市场动销稳步增长,从终端烟酒店、商场到消费者,整体表现良好,各烟酒店及超市持续返单,动销势头明显向好。

“以人为本”一直是西凤酒15年6年陈酿十九年来市场经营销售的总体方针。拥有十九年市场深耕经验的陕西禧福祥公司,正有步聚的力推新品和浓厚的盟友情谊,正是在经营与管理中将人本思想深入贯彻,并融入每一个细节,形成了利益与情感的双重纽带,让合作盟友成为最为牢固的市场壁垒。在这次疫情期间,我们再次感受到了该企业政策与情感的双重激励,陕西禧福祥公司用不变的理念与高效的行动力,诠释了西凤酒15年6年陈酿品牌作为陕西白酒代表产品的强大生命力和品牌的非凡气度。